



INFORME DE REPARO NO SUSPENSIVO

Se ha recibido para su fiscalización la propuesta de Acuerdo del Gobierno de Navarra por el que se aprueba el Plan de Publicidad Institucional del Gobierno de Navarra para 2023.

Respecto al mismo se informa de lo siguiente:

De acuerdo con lo establecido en el artículo 4 del Decreto Foral 155/2007, de 17 de diciembre, por el que se reordenan las competencias para la celebración de contratos de asistencia en el ámbito de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra, “se transfiere al Departamento de Relaciones Institucionales y Portavoz del Gobierno la competencia para la celebración de los contratos de asistencia con destino a los Departamentos de la Administración de la Comunidad Foral y a sus Organismos Autónomos que tengan por objeto las inserciones publicitarias y otras actividades promocionales en cualquier soporte y la edición de publicaciones.”

De conformidad con lo establecido en el DF 259/2019, de 30 de octubre, por el que se establece la estructura orgánica del Departamento de Presidencia, Igualdad, Función Pública e Interior, esta competencia corresponde en la actualidad a la Dirección General de Comunicación y Relaciones Institucionales, del Departamento de Presidencia, Igualdad, Función Pública e Interior.

En el artículo 86 del DF 259/2019 se recogen dentro el ámbito material y funcional del Servicio de Comunicación tanto la planificación y diseño de las campañas publicitarias del Gobierno de Navarra como la gestión, diseño y seguimiento de campañas o inserciones publicitarias sectoriales o departamentales.

De lo expuesto se deduce que la contratación de todas asistencias técnicas correspondientes a campañas publicitarias es competencia de la Dirección General de Comunicación y Relaciones Institucionales (DGC), pero solo le corresponde la planificación, entendida como decisión de las campañas a realizar, de aquellas que publicitan al Gobierno de Navarra como institución, y no son propias de un determinado departamento.

La capacidad de gasto expresada a través de la dotación presupuestaria en los presupuestos generales de Navarra va normalmente unida a la competencia para la ejecución completa del gasto público, pero esto no sucede cuando, como en este caso existe centralización de competencia. En este caso la dotación presupuestaria para financiar campañas publicitarias

departamentales debe recogerse en el programa presupuestario correspondiente al departamento que tiene asignado el cumplimiento de los objetivos a los que se dirige la campaña, poniéndose el crédito a disposición del órgano que tiene centralizada la competencia de contratación.

Tal y como se recoge en el artículo 30 de la Ley Foral de Hacienda Pública, “constituye un programa del presupuesto el conjunto de recursos puestos a disposición de unidades orgánicas destinados a la consecución de unos objetivos. En el caso del programa de gasto de la DG sus objetivos serían la imagen institucional del Gobierno de Navarra, y la gestión de la contratación de toda la publicidad, no debiendo presupuestarse ni ejecutarse gasto público con cargo al mismo que no tenga dicha finalidad.

En el plan anual de publicidad institucional del gobierno de Navarra se planifican temporalmente catorce campañas publicitarias. Cinco de ellas de ellas serán financiadas con las partidas presupuestarias 060001 06120 2262 921500 “Publicidad institucional” y 060001 06120 2262 921503, denominada “Publicidad en redes sociales”, de la Dirección General de Comunicación. Las nueve campañas restantes, son financiadas por los departamentos que las promueven, habiéndose autorizado el crédito y puesto a disposición de la Dirección General de Comunicación para su licitación.

Asimismo, en el punto 10 del plan anual se indica en que el crédito disponible en la partida presupuestaria de la Dirección General de Comunicación se destinará, bien a cofinanciar el gasto publicitario departamental previsto en el plan, bien a otras iniciativas publicitarias sobrevenidas.

Sin embargo, no se indica en el expediente ningún criterio para considerar que unas determinadas campañas sean consideradas institucionales y otras departamentales, y no se observa diferencia entre algunas de las campañas que ha decidido financiar la DGC y aquellas que son financiadas por los departamentos, colaborando en ambos casos a la consecución de los objetivos que son propios de los programas de gasto de los distintos departamentos promotores.

Por lo tanto, puede concluirse que la financiación de campañas departamentales con cargo a la partida presupuestaria de la DGC, en particular las correspondientes a la Promoción de la Escuela Pública y a la declaración de la Renta, así como las que se decidan cofinanciar a lo largo del ejercicio, suponen un uso inadecuado del crédito del programa 060.

Y en consecuencia, se considera que se debería establecer un criterio claro que permita discriminar aquellas campañas que, más allá de los objetivos departamentales, contribuyen a la imagen institucional del Gobierno de Navarra y, en los próximos Presupuestos Generales

de Navarra, la dotación de la partida presupuestaria “060001 06100 2262 921500, denominada “Publicidad institucional” debería ser la que corresponda únicamente a las previsibles campañas institucionales no departamentales o sectoriales, que contribuyan al objetivo del proyecto 060, no financiándose con ella las campañas departamentales.

No hay nada más que informar sobre este expediente.

Pamplona, 1 de febrero de 2023

ULLATE FABO | Fecha:
MARIA MINERVA | 2023.02.01
16:15:41 +01'00'

Minerva Ullate

Directora del Servicio de Intervención